

## PERANCANGAN MEDIA INFORMASI PENTINGNYA MEMAHAMI KECERDASAN EMOSIONAL REMAJA

Alexandra Citta Pridyaputri<sup>1</sup> , Dimas Krisna Aditya, S.IP., M.Sn<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

<sup>1</sup>alexandracitta@gmail.com, <sup>2</sup>deedeeaditya@telkomuniversity.ac.id

---

### Abstrak

Kecerdasan emosional atau emotional intelligence adalah cara manusia untuk mengendalikan dirinya secara utuh, mengungkapkan emosi, dan merupakan pola perilaku terhadap lingkungannya saat menghadapi emosi. Berdasar pada data Scientific Research Publishing kecerdasan emosional penduduk Indonesia tercatat masih rendah. Penelitian menggunakan metode kualitatif memperoleh hasil bahwa sebagian besar remaja di Bandung memiliki masalah dengan kecerdasan secara emosional. Hal ini memiliki korelasi dengan budaya orang tua di Indonesia yang kerap lebih memperhatikan kecerdasan intelektual anaknya sehingga tanpa disadari kebutuhan emosional anak jadi terabaikan. Pada beberapa kasus, tuntutan akan hal ini tak jarang menjadi ajang untuk memenuhi gengsi dan konten bersaing antar orang tua. Sebagai makhluk sosial, perkembangan keduanya seharusnya sejalan karena memiliki korelasi dalam menjalankan kehidupan bersosialisasi. Orang tua mulai harus peka dan mengevaluasi bahwa kondisi remaja yang masih cukup labil membutuhkan perhatian akan kebutuhan emosionalnya juga. Pada teori Goleman dan LeDoux, tubuh manusia memang memiliki bagian yang mengelola emosi dan merupakan sistem yang mempengaruhi cara merespon dan menanggapi suatu kejadian. Ketika tidak mengenal emosi dan memendamnya sehingga tidak terbendung maka dapat menyebabkan terjadinya ledakan emosi dan dapat memberi dampak buruk baik bagi diri sendiri maupun lingkungan. Maka dari itu perancangan buku ini hadir untuk mengenalkan dasar pemahaman mengenai emotional intelligence yang jika diterapkan menjadi sebuah kebiasaan, dapat membentuk karakter seseorang dalam cakupan yang lebih luas.

**Kata kunci:** Media Informasi, Remaja, Kecerdasan Emosional.

---

### Abstract

*Emotional intelligence is human way to control themselves, express emotions, and a pattern of behavior towards others when facing emotions. Based on Scientific Research Publishing, the emotional intelligence of Indonesian population is still low. Research using qualitative methods obtained results that most teenagers in Bandung have problems with their emotional intelligence. This has a correlation with Indonesian parents cultural who often pay more attention to their children's intellectual quotient so that their children's emotional needs are ignored. In some cases, the demand for this is often a place to fulfill prestige and competing content between parents. In fact, the development of both should be in line because it has a correlation in carrying out socializing life. Parents should be aware and evaluate that the condition of adolescents who are still quite unstable requires attention to their emotional needs as well. In Goleman's and LeDoux's theories, the human body does have a part that manages emotions and so do a system that influences how to respond on several events. When we do not recognize the emotions and hide it away, it becomes unstoppable. The bad news is it can cause emotional outbursts in a long-term condition and have negatives impact on both yourself and the environment. Therefore this book is present to introduce the basic understanding of emotional intelligence, which if applied into a habit, it could build a someone's character.*

**Keywords:** Media Information, Youth, Emotional Intelligence.

---

## 1. Pendahuluan

Kecerdasan emosional atau emotional intelligence adalah cara manusia untuk mengendalikan, mengungkapkan emosi, dan merupakan pola perilaku terhadap orang lain saat menghadapi emosi. Berdasar pada data Scientific Research Publishing, kecerdasan emosional penduduk Indonesia tercatat masih rendah. Perkembangan kecerdasan emosional dianggap penting karena jika seseorang memiliki kecerdasan emosional yang tinggi, ia dapat mengontrol dirinya sendiri, menyesuaikan diri dengan lingkungannya, kerja dalam tim maupun meningkatkan imunitas tubuh serta meredam stress. Hal ini mendukung perkembangan diri seseorang untuk beradaptasi dan berkomunikasi dengan lingkungan sekitar. Ketika suatu negara memiliki penduduk dengan kecerdasan emosional tinggi hal ini akan berbanding lurus dengan perkembangan negara tersebut. Menurut Future of Jobs, World Economic Forum, terdapat 10 daftar skill yang paling dicari pada tahun 2020. Berbeda dengan daftar skill tahun 2015, kali ini kecerdasan emosional turut diperhitungkan untuk melamar pekerjaan. Nyatanya, saat ini kecerdasan emosional tak kalah penting dari kecerdasan intelektual seseorang. Hal ini didukung dengan fakta bahwa berbagai pekerjaan sudah mulai beralih dan tergantikan oleh tenaga robot. Maka sumber daya manusia yang dicari adalah yang memiliki soft skill, dapat beradaptasi dan memiliki emosi stabil bukan hanya pekerja kasar lebih dicari di tahun-tahun mendatang, agar memudahkan proses kerja sama dalam tim.

Pengenalan terhadap kecerdasan emosional yang paling mendasar adalah berasal dari keluarga. Menurut ahli psikologi klinis Dr. Jonice Webb, kelalaian edukasi kecerdasan secara emosional dapat memengaruhi kesehatan mental seseorang dan baru akan terasa ketika anak beranjak dewasa. Hal ini sulit untuk diidentifikasi oleh orang terdekat, namun dampaknya akan dirasakan oleh anak tersebut. Sehingga dibutuhkan adanya pendidikan emosi, hal ini dilakukan untuk mencegah, mengenali dan mengolah emosi.

Kurangnya kontrol akan emosi nyatanya dapat berdampak pada kesehatan fisik serta mental, bahkan jika emosi memuncak / sudah diluar batas wajar, hal ini dapat berdampak pada lingkungan sekitar. Hal ini didukung dengan data yang dicatat selama tahun 2018 pembunuhan dengan motif dendam dan sakit hati begitu marak ditemukan.

Dampak buruk jika kecerdasan emosional seseorang rendah terbukti bisa sampai memakan korban. Selain merugikan orang lain, beberapa berita seperti diliput dalam kumparan dan detik.com terdapat berbagai fenomena pada kalangan remaja yang bahkan merugikan dirinya sendiri karena cara pelampiasan emosi yang tak terbandung.

Di zaman kemajuan teknologi ini, kurangnya kontrol emosi bisa juga dipicu oleh intensitas dalam penggunaan gadget. Remaja saat ini begitu terikat pada gadget, bahkan tak jarang dari para pengguna gadget mengakui bahwa memiliki keterikatan / semacam kecanduan dalam kesehariannya. Segala hal yang berlebihan tentunya tidak baik bagi pengguna, begitu pula dengan hal ini. Pemakaian gadget berlebih dapat memengaruhi kondisi kesehatan emosional seseorang. Terutama bagi kalangan remaja yang dikenal masih dalam fase dimana emosinya sangat menggebu-gebu. Penggunaan gadget berlebih pada remaja, dapat menimbulkan ketidakpedulian sehingga menumpulkan kemampuan dalam empati, mengekspresikan emosi dengan tepat, mengelola emosi, yang merupakan aspek dari kecerdasan emosional. Aktivitas di media sosial menjadi sorotan dan perlu diperhatikan, tak jarang pengguna menjadi salah satu sasaran ancaman bullying dan kejahatan. Hal-hal ini cukup mengkhawatirkan, mengingat bahwa hampir 100% kalangan yang masih dalam usia produktif tidak bisa lepas dari gadget, memiliki gadget sendiri dan berpeluang menjadi individu yang sulit mengendalikan emosi.

Pengajaran perancangan ini bertujuan untuk memberi dorongan bagi orang tua untuk meningkatkan aspek-aspek kecerdasan emosional pada remaja. Mengingat pengendalian terhadap emosi dan diri sendiri sangat penting, hal ini memiliki peluang untuk mengembangkan sumber daya manusia di Indonesia. Informasi mengenai kecerdasan emosional perlu dipahami, dibangun dan dijadikan kebiasaan hingga pada akhirnya menjadi gaya hidup seseorang. Hal ini akan mendorong individu menjadi pribadi yang memegang secara utuh kendali pada dirinya sendiri, sehingga meminimalisir terjadinya hal-hal yang dapat merugikan diri sendiri dan sesama. Kecerdasan emosional membuat seseorang menemukan tempat yang tepat untuk menuangkan emosinya secara positif dan kreatif tanpa menyakiti atau merugikan

siapapun. itu para pande dan pengrajin desa Seuat Jaya melakukan hal tersebut.

Berbagai macam keunikan dari golok Sulangkar desa Seuat Jaya mulai dari mistisnya, sejarahnya dan ciri khasnya ini dapat memiliki potensi untuk mempersuasi masyarakat luar daerah sebagai daya tarik wisata terhadap desa pande golok Seuat Jaya. Namun sayangnya potensi keunikan tersebut tidak dijalankan dengan identitas yang kuat terhadap desa Seuat Jaya sebagai pengrajin golok Sulangkar. Karena memang para pande desa Seuat Jaya tidak memberikan identitas pengakuan Seuat Jaya pada golok Sulangkar yang dibuatnya.

Karena pada jaman sekarang membangun identitas visual dan branding sangatlah penting, orang-orang akan mudah tertarik dengan sesuatu elemen visual yang menarik. Penggunaan identitas visual golok Sulangkar desa Seuat Jaya saat ini masih belum ada, sehingga sulit diketahui oleh masyarakat sekitar dan masyarakat luar daerah.

## 2. Dasar Pemikiran

### 2.1 Desain

Desain secara umum merupakan hasil studi, pemikiran, penciptaan dan kreativitas, serta eksekusi terhadap pemecahan masalah yang terkait dengan fungsi dan estetika. (Sihombing, 2015: 14). Desain dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia online adalah kerangka bentuk: rancangan. Desain dapat merepresentasikan suatu produk, servis atau untuk menyampaikan informasi. (Swann, 1997)

### 2.2 Infografik

Infografik merupakan bentuk penyajian data secara visual sehingga menyederhanakan data-data kompleks dapat lebih mudah dipahami oleh target audiens. Penggunaan bentuk visual sebagai media informasi sudah ada sejak ratusan tahun lalu seperti gambar pada dinding goa, sementara infografis tercipta tahun 1925. Vienna Method dan ISOTYPE (International System of Typography Picture Education) saat ini sudah berkembang dan ada dimana-mana. Hal-hal yang rumit dapat disampaikan secara akurat dan sederhana dengan infografik, sehingga mengurangi terjadinya kesalahpahaman dalam menangkap informasi karena bahasa visual adalah bahasa yang universal. Visual yang menarik juga dapat membuat sebuah infografis lebih melekat diingatan audiens. (Boulton, 2014:142-143)

Selain itu juga, media informasi golok Sulangkar Seuat Jaya ini masih sangatlah sedikit dan tidak dibarengi dengan visual yang dapat meningkatkan ketertarikan orang-orang.

Menempa golok Sulangkar sudah menjadikan jati diri masyarakat desa Seuat Jaya, dan ini harus dipertahankan warisannya hingga jangka waktu yang lama. Selain sebagai mata pencaharian masyarakat desa Seuat Jaya, golok Sulangkar merupakan warisan budaya Banten yang harus tetap dijaga keeksistensinya. Dengan kata lain golok Sulangkar desa Seuat Jaya haruslah tetap dipertahankan. Perancangan *destination branding* merupakan jawaban pada permasalahan tersebut. Dengan adanya identitas visual dan media informasi untuk golok Sulangkar desa Seuat Jaya, diharapkan semakin banyak masyarakat lokal maupun luar daerah yang mengetahui golok Sulangkar Seuat Jaya.

### 2.3 Buku

Buku merupakan lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kosong menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring. Buku memiliki fungsi sebagai salah satu sarana komunikasi, sumber ilmu, inspirasi, motivasi dan wawasan. Semakin banyak buku yang dibaca maka semakin memperluas pandangan dan dapat membantu pembentukan kepribadian serta pola pikir seseorang. Hal ini pernah diutarakan oleh Susan Curtis (seorang pakar linguistik dari sebuah universitas ternama di California), Jonathan L. Parapak, dan Dorothy I Marx. (Triharto, 2015) Sementara buku ilmiah populer adalah buku ilmiah yang ditulis dengan cara yang mudah untuk dipahami oleh orang awam sehingga proses komunikasi bisa tersampaikan dengan baik.

### 2.4 Kecerdasan Emosional

Kecerdasan emosional atau emotional intelligence adalah cara manusia untuk mengendalikan, mengungkapkan emosi, dan merupakan pola perilaku terhadap orang lain saat sedang menghadapi emosi. (Goleman, 1998) Sementara emosi berasal dari bahasa latin yaitu *movere* yang artinya bergerak atau menggerakkan, hal yang mutlak terjadi dalam emosi adalah kecenderungan untuk bertindak. Kecerdasan emosional mencakup pengendalian diri,

kemampuan untuk memotivasi diri sendiri, semangat serta ketekunan. Aspek-aspek dari kecerdasan emosi tersebut bertumpu pada perasaan, watak dan naluri moral. Ketika emosi berkuasa, emosi tersebut mendorong kita untuk menghadapi saat-saat kritis karena emosi dapat mempengaruhi pengambilan keputusan. Pembelajaran emosi berdasar pada gangguan dan kebiasaan. Hal ini berlangsung dan terekam sejak kita masih bayi, maka dari itu terkadang kita mengalami kondisi dimana kita merasa bingung saat terjadi ledakan emosi. Ledakan emosi merupakan pembajakan saraf dan orang yang mengalaminya biasanya tidak menyadari apa yang baru dia lakukan. (Goleman, 2017)

### 2.5 Remaja

Menurut Beth-Marom dkk, dalam siaran pers; Quaderel, Fischhoff, & Davis, 1993 (dalam Santrock, 2002) masa remaja merupakan masa dimana pengambilan keputusan meningkat. Para peneliti menemukan bahwa remaja dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman, mengambil keputusan untuk masa depan, bahkan pergaulan seperti apa yang mau mereka pilih. Akan tetapi remaja muda kurang kompeten dalam mengambil keputusan. Transisi pengambilan keputusan tersebut berlangsung mulai remaja umur 11 tahun – 16 tahun. (Keating dalam Santrock, 2002: 13)

### 2.6 Desain Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual yang menjadi kekuatan utama dalam menyampaikan pesan yang dilihat, dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan. (Anggraini dalam Barlian, 2017:201)

Jadi, desain komunikasi visual merupakan seni dalam menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan bahasa visual. Desain komunikasi visual bertujuan menginformasikan, mempengaruhi, hingga mengubah perilaku target sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan.

### 2.7 Layout

Layout atau tata letak adalah penyusunan elemen-elemen desain sehingga terlihat estetik dan memudahkan penyampaian informasi kepada audiens. Dalam pembuatannya, layout memiliki 4 prinsip dasar yaitu sequence, emphasis, balance, dan unity. Keempat prinsip tersebut menjadi landasan untuk menentukan porsi dan komposisi konten yang nantinya akan disajikan. Sequence menentukan alur baca dari konten yang dibuat. Emphasis berfungsi untuk memberi penekanan-penekanan pada desain,

misalnya dengan membuat warna yang kontras atau menggunakan bentuk style yang berbeda dengan lingkungan sekitarnya. Sementara balance mengatur keseimbangan komposisi elemen-elemen layout, baik secara simetris maupun asimetris untuk mendapat visual yang lebih dinamis. Terakhir adalah unity.

### 2.8 Ilustrasi

Ilustrasi adalah segala bentuk komunikasi visual yang memahami objek melalui observasi terlebih dahulu terhadap bahasa tubuh, ekspresi, pergerakan, keistimewaan atau keanehan suatu karakter dan emosi untuk merepresentasikan karakter. Suatu ilustrasi dapat menggambarkan kepribadian, sifat serta emosi. Dalam proses pembuatan ilustrasi, text, visual, serta interaksi adalah aspek yang menjadi acuan dalam ketepatan penyampaian pesan.

### 2.9 Tipografi

Tipografi adalah bahasa universal dalam komunikasi visual. Tipografi harus mendukung strategi positioning dan hirarki informasi. Menurut Wibowo, tipografi merupakan ilmu yang mempelajari bentuk huruf, dimana huruf, angka, tanda baca, dan sebagainya tidak hanya dilihat sebagai simbol suara, tetapi dilihat sebagai bentuk desain. Dalam desain grafis terdapat acuan dalam penggunaan tipografi (Sihombing, 2015:164-171) Acuan tersebut adalah readability (keterbacaan), clarity (kejelasan), visibility (keterlihatan) dan legibility.

## 3. Konsep dan Hasil Perancangan

### 3.1 Konsep Pesan

Perancangan dari media informasi berupa buku memiliki tujuan utama untuk menginformasikan kepada orang tua bahwa kecerdasan emosional itu penting. Sebagai makhluk sosial, hal ini dirasa perlu karena berkaitan dengan gaya hidup sehari-hari dan ketika sedang bersosialisasi. Pesan yang ditekankan pada buku adalah agar orang tua memahami terlebih dahulu permasalahan yang ada disekitar anak mereka dengan pendekatan biologis, psikologis maupun segi sosial. Kemudian menerima materi yang memiliki korelasi dengan yang sedang dihadapi, sehingga kemudian memiliki solusi dari masalah tersebut. Setelah melalui kedua tahap tersebut, orang tua dan anak baru akan melakukan evaluasi untuk.

Judul: Adolescence

Tagline: to identify their emotion is the new smart.



Pesan yang ingin disampaikan adalah untuk orang tua mengenal pentingnya kecerdasan emosi pada masa remaja. Hal mendasar yang harus dipahami adalah emosi mereka. Buku yang dibuat memberikan pengetahuan praktikal untuk membantu orang tua memahami kondisi dan penanganan masalah anak-anak remaja. Tagline “to identify their emotions is the new smart” merupakan gambaran bahwa cerdas tidak melulu masalah nilai atau intelektual seperti yang selama ini ditekankan. Mengetahui dan mengendalikan emosi dapat membuat anak tumbuh menjadi orang yang bisa memenuhkan sesamanya juga menghargai dirinya sendiri. Dukungan orang tua sebagai lingkungan terdekat remaja penting untuk paham dan menjadi penuntun sangat dibutuhkan pada masa ini.

Kata kunci: Pahami, Terima, Evaluasi.

### 3.2 Konsep Kreatif

Media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah buku. Buku berisi ilustrasi, informasi tertulis maupun infografik. Pada bagian dalam buku ada halaman evaluasi untuk membuat plan dan introspeksi dengan apa yang telah dilakukan. Fungsi dari memahami isi buku tersebut adalah untuk memperhatikan kondisi emosional anak dan lebih peka. Selebihnya dapat diterapkan pada kehidupan sehari-hari dan menjadikannya kebiasaan.

Pada proyek ini selain adanya media utama, ada juga media pendukung untuk kelancaran pemasaran dan meningkatkan awareness. Beberapa diantaranya adalah GIF Instagram, katalog, merchandise berupa e-money dan notebook, serta sosial media konten. Sosial media dan GIF juga berfungsi sebagai media pengantar untuk menyampaikan informasi acara-acara yang akan diadakan sebagai activator mengingat kegiatan sosial seperti ini akan terus mengalami pengembangan.

### 3.3 Konsep Media

Target khalayak sasaran merupakan orang tua bekerja dengan rentan usia 40-44 tahun yang memiliki anak berusia 13-16 tahun. Orang tua yang bekerja dan memiliki anak remaja pada umumnya terbiasa berkomunikasi dengan gadget. Selain difungsikan untuk berkomunikasi, gadget juga dimanfaatkan untuk memperoleh informasi. Konsep media AISAS menjadi pilihan yang efektif untuk proses pendekatan dengan target khalayak sasaran. AISAS terdiri dari:

1. Attention (perhatian)  
Pendampingan orang tua dari sekolah mengenai pendidikan karakter untuk anak dilakukan untuk mendapat perhatian target khalayak. Pendekatan dengan campaign untuk meningkatkan awareness dilakukan dengan kerja sama antara Menteri Pendidikan dan Kebudayaan guna pendidikan karakter dengan sekolah. Dalam pendampingan, orang tua diberi katalog sebagai panduan singkat. Pada campaign yang dilakukan secara terpisah untuk para remaja juga, mereka akan diberi katalog sebagai pendekatan awal.
2. Interest (ketertarikan)  
Media promosi digunakan untuk menjangkau calon konsumen. Setelah orang tua lebih peka terhadap kebutuhan emosional tersebut, orang tua diarahkan untuk membeli buku ilmiah populer / media informasi dalam perancangan ini. Buku ini merupakan tahap lebih jauh untuk orang tua memahami dan mengevaluasi apa yang akan mereka arahkan dan lakukan untuk anaknya dikemudian hari.
3. Search (pencarian)  
Media sosial digunakan untuk memberi informasi singkat mengenai bahan sharing dan pemesanan buku atau kegiatan talkshow untuk memperdalam pengetahuan dibidang ini. Pemesanan buku bisa dilakukan dari sosial media maupun membeli langsung di toko buku.
4. Action (aksi)  
Penjualan buku di toko buku yang ada di Bandung. Khalayak sasaran dapat membeli produk secara langsung maupun melalui sosial media dengan cara pre-order.
5. Share (berbagi).  
Pandangan mengenai informasi yang ada disebarakan melalui buku dan juga merchandise untuk para anak remaja. Pengalaman membaca buku dapat dibagikan oleh khalayak sasaran melalui sosial media. Menjadi bahan sharing dalam komunitas maupun dalam ruang lingkup orang tua.

### 3.4 Konsep Visual

Penyampaian pesan menggunakan ilustrasi dan juga text. Typeface yang akan digunakan untuk judul adalah Minion Variable Concept, sementara untuk body text menggunakan Adobe Caslon Regular. Keduanya tergolong dalam jenis font yang sama, yaitu serif. Font serif digunakan karena memiliki citra intelektual dan elegan, menggambarkan materi yang akan disampaikan kepada orang tua. Citra intelektual yang dibangun memiliki tujuan untuk meyakinkan khalayak sasaran akan konten yang terdapat dalam buku. Readability kedua font dapat dibaca dengan baik dan memiliki visibility yang cukup. Font serif mengarahkan arah mata pembaca sehingga tidak mempersulit pembaca.



Gambar 1 Font MinionVariable Concept  
Sumber: Alexandra Citta, 2019



Pemilihan warna yang digunakan lebih ke arah warm tone untuk menunjukkan sisi kekeluargaan dan kehangatan. Pada dasarnya, keluarga adalah tempat

Gambar 2 Color Scheme  
Sumber: Alexandra Citta, 2019

pertama dan paling efektif dalam pembangunan karakter anak remaja. Target dari perancangan adalah orang tua, secara tidak langsung memberi penekanan untuk menjadikan keluarga sebagai

tempat yang hangat dan menerima sang remaja untuk berkeluh kesah.



Gambar 3 Referensi Style  
Sumber: Haley Tippman, 2019

Perancangan dari segi visual dan layout menggunakan ilustrasi digital. Karya diolah secara digital juga untuk di layout. Pemilihan ilustrasi yang memiliki garis yang lebih dinamis seperti gambar 3 bertujuan untuk menyesuaikan dengan tema keluarga yang bersifat dinamis, sebisa mungkin tidak kaku atau canggung. Pada bagian detail wajah, tidak memperlihatkan mimik dari masing-masing karakter yang dibuat. Tidak seperti pada anak-anak, orang dewasa umumnya tidak terfokus pada ekspresi melainkan penyampaian pesan dari kombinasi aspek lainnya.



Gambar 4 Referensi Layout  
Sumber: Monocle, 2018

Layout buku akan dibuat dengan memanfaatkan *negative space*. Mengingat target audiensnya adalah para orang tua, *negative space* dapat membantu agar mata tidak mudah lelah. Font paling kecil dengan *readability* yang menyesuaikan untuk target audiens adalah 11pt, sementara untuk title akan menggunakan paling besar 18pt. Pada beberapa bagian seperti halaman dan ornament, font dibuat dengan ukuran yang lebih kecil. Bertujuan agar fokus pembaca tidak terpecah. Berikut sketsa layout dan ilustrasi buku.

3.5 Hasil Media Utama

Sketsa	Digital
	
	
	
	

Tabel 1 Sketsa dan Hasil Digital  
 Sumber: Alexandra Citta, 2019

### Media Pendukung



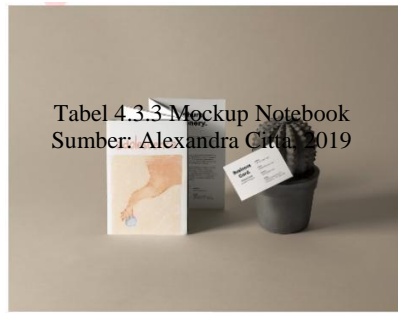
Gambar 5 Mockup Totebag  
Sumber: Alexandra Citta, 2019



Gambar 6 Mockup Notebook  
Sumber: Alexandra Citta, 2019



Gambar 7 Mockup Mug  
Sumber: Alexandra Citta, 2019

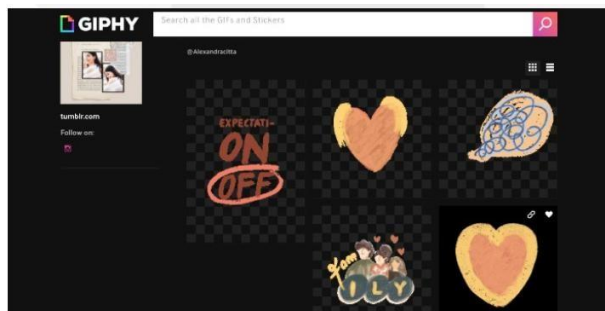


Tabel 4.3.3 Mockup Notebook  
Sumber: Alexandra Citta, 2019

Gambar 8 Mockup Notebook  
Sumber: Alexandra Citta, 2019



Gambar 9 Folded Brochure  
Sumber: Alexandra Citta, 2019



Gambar 10 GIF Instagram  
Sumber: Alexandra Citta, 2019





Gambar 11 Poster  
Sumber: Alexandra Citta, 2019

Gambar 12 Banner Launching  
Sumber: Alexandra Citta, 2019

#### 4 Kesimpulan dan Saran

##### Kesimpulan

Perancangan buku ilustrasi mengenai kecerdasan emosional dapat meningkatkan pemahaman orang tua mengenai kecerdasan emosional bagi anak remaja. Memahami mengenai kecenderungan kecerdasan emosional remaja setidaknya dapat meningkatkan kepekaan orang tua untuk lebih memerhatikan kondisi emosional remaja yang seringkali terabaikan. Keilmuan desain komunikasi visual menjawab permasalahan untuk meningkatkan pengetahuan

mengenai kondisi psikologis remaja, secara spesifik pada kecerdasan emosional dengan media buku ilmiah populer.

##### Saran

Proyek perancangan ini semoga dapat membantu menjawab permasalahan serupa. Ini hanya bentuk purwarupa untuk menjawab permasalahan mengenai informasi kecerdasan emosional remaja dan terbuka untuk saran dan pengembangan.

**Daftar Pustaka :****Buku**

- B, M. Yunus S (2004). *Mindset Revolution*. Yogyakarta: Jogja Bangkit Publisher.
- Goleman, Daniel (1999). *Working with Emotional Intelligence*. London: Bloomsbury Publishing.
- Goleman, Daniel (2017). *Emotional Intelligence*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Hurlock, Elizabeth Bergner (1978). *Child Development*. Singapur: McGraw-Hill Book Company.
- Kusrianto, Adi (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.
- Male, Alan (2007). *Illustration a Theoretical & Contextual Perspective*. Switzerland: AVA Publishing.
- Santrock, John W (2002). *Life-Span Development, 5E*. Jakarta: Erlangga.
- Sihombing, Danton (2015). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Swann, Alan. 1997. *The New Graphic Design School*. London: New Burlington Books.

**Jurnal**

- Desiningrum, Dinie Ratri, Yeniari dan Siswanti (2017). *Intensi Penggunaan gadget dan Kecerdasan Emosional pada Remaja Awal*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Triharto, P (2015). Universitas Widyatama, Bandung.
- Zahrasari, Magdalena dan Jan Derksen. *The EQ-I Profile of Indonesians Compared to the Dutch: A Cross Cultural Approach*. diakses dari <https://pdfs.semanticscholar.org/2050/.pdf>, pada tanggal 27.01.19 pukul 16.07.

**Internet**

- Candracitya,Vincentius Jyestha, *Catatan Mabes Polri: 625 Kasus Pembunuhan dari Awal Tahun Hingga Oktober 2018*, diakses dari <http://www.tribunnews.com/nasional/2018/11/22/catatan-mabes-polri-625-kasus-pembunuhan-dari-awal-tahun-hingga-oktober-2018>, pada tanggal 26.01.19 pukul 13.02.